



## NOSTALJİK TURİZM: DOĞU EKSPRESİ

### NOSTALGIC TOURISM: EASTERN EXPRESS

Öğr. Gör. Tülay GÜNEY  
İstanbul Gedik Üniversitesi, Gedik Meslek  
Yüksekokulu, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü  
[tulay.guney@gedik.edu.tr](mailto:tulay.guney@gedik.edu.tr)  
ORCID No: 0000-0003-4577-6067

Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK  
İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi,  
Turizm İşletmeciliği Bölümü  
[ikizilirmak@istanbul.edu.tr](mailto:ikizilirmak@istanbul.edu.tr)  
ORCID No: 0000-0001-9141-6420

#### ÖZET

Günümüzde tren seyahatleri, taşımacılık alanında en hızlı ulaşım şekli olmayabilir, ancak edinilen deneyimler ve paylaşımlar neticesinde en fazla akılda kalan seyahat türlerinden biri olduğu söylenebilmektedir. Son yıllarda tren seyahatleri, ulaşım için bir araç olmanın yanı sıra, seyahat katılımının bir amacı olarak da karşımıza çıkmaktadır. Doğu Ekspresi'nin nostaljik seyahatler kapsamında incelenmesi, bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmanın amacı; Doğu Ekspresi seyahatine katılanların nostalji eğilimlerini, Doğu Ekspresi üzerinden uyarılmış nostalji ve romantizm algılarını tespit etmektir. Araştırmanın evrenini Doğu Ekspresi'yle seyahat etmiş kişiler oluşturmaktadır. Evren içerisinden kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiş 387 katılımcıya anket uygulanmıştır. Ankette bulunan ifadelere verdikleri yanıtlardan elde edilen veriler, SPSS programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, sonuç ve değerlendirmeler kısmında yorumlanmıştır. Araştırma sonucunda; Doğu Ekspresi seyahatine katılanların nostalji eğilimlerinin, reklam yoluyla uyarılmış nostalji ve romantizm algılarının yüksek oluşu; ayrıca nostalji eğiliminin araştırmanın diğer değişkenlerinin üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

#### ABSTRACT

While railway travel may not be the fastest possible mean of transportation anymore, it is one of the remindful travel type due to experiences that would be gained and sharing that would be made. In recent years, railway travel has emerged as a purpose of travel participation as well as a means of transportation. The evaluation of Eastern Express, in the context of nostalgic trips, constitutes the content of the study. The aim of the study is to determine the nostalgia tendencies of the participants of the Eastern Express trip, and their perceptions of nostalgia and romance evoked through the Eastern Express. The population of the research consists of people who have travelled with the Eastern Express. The questionnaire was conducted on 387 participants that were selected from this population with convenience sampling method. The data obtained from their responses to the statements in the questionnaire were analysed through the SPSS software. Results were interpreted in discussion and conclusion sections. Accordingly, the nostalgic attitudes of participants of the Eastern Express, their nostalgic and romantic perceptions that were evoked by advertisements were found to be significantly high. Moreover, it was concluded that nostalgic attitudes had also significant impact on other variables of the research.

#### Geliş Tarihi:

23.02.2020

#### Kabul Tarihi:

06.11.2021

#### Yayın Tarihi:

30.12.2021

#### Anahtar Kelimeler

Nostaljik Turizm  
Demir Yolları  
Doğu Ekspresi

#### Keywords

Nostalgic Tourism  
Railways  
Eastern Express

<https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.885481>

Güney, T. ve Kızılırmak, İ. (2021). Nostaljik Turizm: Doğu Ekspresi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(4), 1702-1716.

## GİRİŞ

Turizm, insanların gündelik hayatları dışında gerçekleştirilen seyahatlerden edindikleri deneyimlerin ön plana çıktığı bir olgudur. Bu nedenle seyahatler, kişiye özgü deneyimsel süreçleri içerir (Knutson vd., 2007: 32). Bir seyahat sona erdiğinde geriye kalan, kişilerin o seyahate ait anıları ve o seyahatten elde ettiği kazanımlardır (Triantafillidou ve Siomkos, 2014: 526). Bu kazanımlar, turistler için güçlü nostaljik anılar üretebilir. Bireylerin hafızalarında anı olarak kalan deneyimler, günümüzde alternatif turizmi çeşitlendirmektedir.

Son dönemlerde mazisi çok eskilere dayanan tren yolculukları, sosyal medya başta olmak üzere hemen hemen tüm portallarda yeni bir seyahat deneyimi olarak sunulmaktadır. Genellikle hafta sonu ya da kısa süreli tatil fırsatlarını değerlendirmek isteyenlerin, şehir yaşamından kaçmak ya da farklı yerler keşfetmek için çıktığı düşünülen tren yolculuklarında, kişilerin kendilerine yansıtılan nostaljik ambiyansı yaşama ve paylaşma isteği de dikkat çekmektedir. Doğu Ekspresi seyahatine katılanların sosyal medya hesaplarında, seyahatlerine ilişkin nostaljik öğeler barındıran paylaşımlarda bulunması bu duruma örnek gösterilebilmektedir. Son yıllarda Türkiye’de turistik amaçla en çok tercih edilen tren yolculuklarından biri Doğu Ekspresi’dir. Doğu Ekspresi’nin biletleri, satışa sunulduğu ilk dakikalarda, turistik seyahat deneyimine ortak olmak isteyen kişilerce ve Doğu Ekspresi turu düzenleyen seyahat acentaları tarafından satın alınmaktadır. Doğu Ekspresi’nin turistik seyahat olarak fazla talep görmesi, Doğu Ekspresi’ni turistik seyahat amacı gütmekten yalnızca şehirlerarası ulaşım amacıyla kullanmak isteyen kişilerin Doğu Ekspresi’nde bilet bulamamasına yol açmaktadır. Bu durum Doğu Ekspresi’ne alternatif olabilecek ve sadece turistik amaçla seyahat eden kişileri taşımayı amaçlayan ayrı bir tren seyahatini gündeme getirmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın önerisiyle Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demir Yolları, sadece turistik amaçlı seyahat etmek isteyenler için 29 Mayıs 2019’dan itibaren Ankara-Kars arasında her gün düzenlenen Doğu Ekspresi ana hattına ek olarak, Turistik Doğu Ekspresi adıyla çift yönlü olarak yeni bir tren daha koymuştur (TCDD, 2019). Doğu Ekspresi’nin popüler hale gelmesi; güzergahı üzerinde bulunan destinasyonların hem turistik hem de gastronomik potansiyellerine olan talebi de arttırmaktadır. Doğu Ekspresi seyahat güzergahı üzerinde bulunan destinasyonların gastronomik unsurları, seyahate katılım gösterenlerin ilgisini çekmektedir. Örneğin; Doğu Ekspresi güzergahı üzerinde bulunan Erzurum’a özgü Çağ Kebabı, seyahatin varış noktası olan Kars’a özgü yöresel peynirler ve kaz eti talep gören gastronomik çekicilikler arasındadır. Ayrıca Kars’ta bulunan; Ani Harabeleri, Sarıkamış Kayak Merkezi ve Çıldır Gölü turistik cazibeleriyle turistlerin uğrak noktalarını oluşturmaktadır.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1. Nostaljik Turizm Kapsamında Tren Seyahatleri

Nostalji kavramı ilk olarak İsviçreli Dr. Johannes Hofer (1934:381-388) tarafından; vatanları dışında görev yapan İsviçreli paralı askerlerde görülen, anavatan özlemiyle ortaya çıkan, olumsuz psikolojik ve fizyolojik semptomlara yol açan bir beyin hastalığı olarak literatüre kazandırılmıştır. Nostalji, kelime kökeni olarak Yunanca’da “yuvaya-vatana dönüş” anlamına gelen “nostos” ve “acı çekmek” anlamına gelen “algos” terimlerinin bir araya getirilmesiyle türetilmiştir (Holbrook, 1993: 245). Nostalji, Türk Dil Kurumu’nun tanımıyla “Geçmişte kalan güzelliklere olan özlem duygusu ve bu duygunun baskın bir duruma gelmesi, geçmişseverlik, gündedün” ve “değişime karşı duyulan korku sonucu geçmişe sığınma duygusu, geçmişseverlik, gündedün” anlamlarına gelmektedir (TDK, 2020). Holak ve Havlena’ya (1998: 218) göre nostalji, geçmişte yaşanmış deneyimlerin yol açtığı olumlu duygu çağrışımlarıdır.

Geçmişe duyulan özlem duygusunu ve geçmiş deneyimleri tekrar yaşama arzusunu barındıran nostaljinin, yapılan literatür incelemeleri neticesinde turizm hareketlerini de etkilediği görülmektedir. Bir seyahatte yaşanan ve unutulmayan deneyimler; nesnelerin, toplumsal kimliğin veya kişisel duyguların neticesinde ortaya çıkabilmektedir. Kişiler, aynı duyguları yeniden hissetmek, seyahatin fiziksel kanıtlarını tekrar deneyimlemek ya da kültürel bir mirasın sürekliliğini

sağlamak arzusuyla aynı seyahati gerçekleştirme isteğinde bulunabilir (Wang, 1999: 365). Bu durum, nostaljik turizmin özünü oluşturmaktadır.

Turistlerin nostaljik deneyimler yaşama istekleri, nostaljik turist kavramını ortaya çıkarmıştır. Literatürde “gerçek nostaljik turist” ve “tarihi nostaljik turist” olarak iki tür nostaljik turist bulunmaktadır. Gerçek nostaljik turist, uzun bir aradan sonra evine dönen bir gurbetçi örneğinde olduğu gibi, geçmiş kültürel ortamını yeniden ziyaret etmek ve geçmiş deneyimlerini yeniden yaşamak isteyen kişidir. Tarihsel nostaljik turist ise; doğrudan deneyimlemediği ancak kendisine aktarılmış bir kültürel ortamı ziyaret etmek isteyen kişidir (Stern, 1992; Baker ve Kennedy, 1994; Russell, 2008).

Dünyada ve Türkiye’de demir yolu taşımacılığının tarihi incelendiğinde; demir yolu ağlarının 18. yüzyılda, İngiltere ve Almanya’nın ardından diğer Batı Avrupa ülkelerinde de başlayan sanayileşmenin bir sonucu olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Demir yolları, sanayileşmesini erken sağlayan ülkeler için ekonomik gelişmenin simgesi olmasının yanı sıra kara yolu taşımacılığından daha fazla miktarda yükü taşıma kapasitesine sahip olması nedeniyle hem Avrupa’nın hem de Kuzey Amerika’nın önemli bir taşımacılık türü haline gelmiştir. 19. yüzyılda demir yolu ağları giderek genişleyerek kıtaları kaplamaya ve ülkeler için hem ticari hem sosyal anlamda çağdaş bir güç göstergesi olmaya başlamıştır. Türkiye açısından demir yolu ulaşımın tarihi incelendiğinde, ilk demir yolu hattının Osmanlı İmparatorluğu zamanında inşası tamamlanan, İskenderiye-Kahire arasında 1837 yılında kurulduğu görülmektedir. Cumhuriyet döneminde hazırlanan ilk sanayileşme planlarında (1932 ve 1936) özellikle kömür, demir-çelik üretimi ve makine sanayilerine öncelik verilmesi gerekliliği vurgulanmıştır. Böylece hem bu sanayilerde kullanılabilecek hem de diğer sanayilerin ihtiyaç duyduğu miktarda fazla yüklerin ekonomik şekilde taşınabilmesi için demir yolu ağlarının önemine dikkat çekilmiş ve demir yolu yatırımlarına ağırlık verilmiştir (Özdemir, 2012: 122).

Demir yolu taşımacılığı, geçmişten günümüze birçok kitlesel insan hareketine tanıklık etmiştir. Özellikle Thomas Cook’un 1841 yılından itibaren başlattığı tren seyahatleri, kitlesel seyahat hareketlerinin dönüm noktalarından birini oluşturmaktadır (Kozak vd., 2001: 54). Günümüzde tren seyahatleri, taşımacılık alanında en hızlı ulaşım şekli olmayabilir, ancak edinilen deneyimler ve paylaşımlar neticesinde en fazla akılda kalan seyahat türlerinden biri olduğu söylenebilmektedir. Trenin içindeki ambiyans ile dışındaki manzara birleştiğinde hissettirdikleri, seyahate katılanlar için ileri bir zaman diliminde hatırlanan nostaljik bir deneyime dönüşmektedir. Bu bağlamda tren seyahatleri, ulaşım için bir araç olmanın yanı sıra seyahat katılımının bir amacı olarak da karşımıza çıkmaktadır.

Dünyada turistik demir yolları (Tourist Railway) olarak adlandırılan, geçmişte insanların ulaşım amaçlı kullandığı ancak günümüzde daha çok turistik seyahat amacına dönüşen birçok tarihi tren bulunmaktadır. Tablo 1.’de tarihi trenlerle hizmet veren ve dünyada nostaljik seyahatler bağlamında düzenlenen demir yollarından bazıları, buldukları ülkelerle birlikte gösterilmektedir.

**Tablo 1.** Dünya Mirası Demir Yolları

Demiryolu adı	Ülke
Alishan Forest Demir Yolu	Tayvan
Coral Coast Demir Yolu	Fiji
Durango ve Silverton Narrow Gauge Demir Yolları	Amerika Birleşik Devletleri
Kalka Shimla Demir Yolu	Hindistan
Kettle Valley Steam Demir Yolu	Kanada
La Trochita	Arjantin
Moka Demir Yolu	Japonya
North Yorkshire Moors Demir Yolu	Birleşik Krallık
Puffing Billy Demir Yolu	Avustralya
Talylyn Demir Yolu	Galler

**Kaynak:** Cook vd., 2016.

Türkiye’de nostaljik seyahat olarak ilk akla gelen demir yolu hattı, Doğu Ekspresi’dir. Doğu Ekspresi bu yönüyle araştırmamızın konusunu oluşturmaktadır.

## 1.2. Doğu Ekspresi

Geçmişten günümüze ülkenin batısı ile doğusu arasında uzanan ve geçtiği güzergâhlarda ilgi çekici manzaralar, birbirinden farklı kültürel, doğal ve tarihi güzellikler barındıran demir yolu seyahatleri, sosyal medyanın da etkisiyle son yıllarda en çok tercih edilen alternatif turizm hareketlerinden biri haline gelmiştir. Türkiye’de demir yolu seyahatlerinin en önemli rotalarından biri; nostaljik deneyimler yaşama fırsatı sunan ve sıklıkla genç turistlerin tercih ettiği Doğu Ekspresi’dir (Alkan, 2018: 1018).

**Resim 1.** Nostaljik öğelerle Doğu Ekspresi



Kaynak: [www.instagram.com/doguekspres](http://www.instagram.com/doguekspres)

Doğu Ekspresi; 1939’da ilk seferini İstanbul’dan Erzurum’a gerçekleştiren, 1962 yılında güzergâhı Kars’a kadar uzatılan, 58 yıldır varlığını sürdüren, 1991 yılından itibaren tarifeli olarak Ankara ile Kars arasında sefer yapan ve Kırıkkale-Kayseri-Sivas-Erzincan-Erzurum illerinden geçerek Kars’a ulaşan TCDD Taşımacılık A.Ş.’ye ait 360 yolcu kapasiteli tarihi bir tren hattıdır. Doğu Ekspresi hattının uzunluğu 1310 km ve sefer süresi 24 saat 30 dakikadır. Doğu Ekspresi trenlerinde; çarşaf, pike ve yastık TCDD Taşımacılık A.Ş tarafından verilmektedir. Trende ayrıca restoran şeklinde tasarlanmış yemekli bir vagon bulunmaktadır. Railchef Bistro adı verilen vagona turistler, mönüde yer alan yiyecek ve içecekleri ekonomik bir şekilde tüketebilmektedir (TCDD, 2019).

Sosyal medyanın etkisiyle her yıl Doğu Ekspresi’ne olan talep, önceki yıllara göre artış göstermektedir. Özellikle yataklı ve kuşetli vagon seyahatleri öğrenci grupları, fotoğraf kulüpleri, yürüyüş grupları ve seyahat şirketleri tarafından büyük bir ilgi görmektedir. Doğu Ekspresi’ne olan yoğun ilgi üzerine; daha önce 12 vagon olan (4 Pulman, 1 Yemekli, 2 Kuşetli ve 5 Yataklı) Doğu Ekspresi’ne ek olarak, 29.05.2019 tarihinden itibaren 11 yataklı+yemekli vagondan oluşan Turistik Doğu Ekspresi seferleri eklenmiştir. Turistlerin destinasyonda geçirdikleri gezi süreleri göz önünde bulundurularak, Ankara’dan Kars’a pazartesi, çarşamba ve cuma günleri; Kars’tan Ankara’ya çarşamba, cuma ve pazar günleri olan seferler, 08.12.2019 tarihinden itibaren her gün karşılıklı olarak düzenlenmeye başlamıştır. Turistik Doğu Ekspresi’nin anahat Doğu Ekspresi’nden bir diğer farkı; sefer süresinin anahat Doğu Ekspresi’nden daha uzun olmasıdır. Normalde 24 saat 30 dakika olan sefer süresi, Turistik Doğu Ekspresi’nde turistlerin trendeki ambiyansı daha fazla yaşamaları için 30 saat olarak planlanmıştır (TCDD, 2019).



Doğu Ekspresi’nde seyahat edenlerin sosyal medyada paylaştıkları fotoğrafların, Doğu Ekspresi’ne olan ilgiyi arttırdığı ve etkileşimde olan insanlarda seyahat motivasyonu oluşturduğu yapılan çalışmalarda görülmektedir. Bu bağlamda TCDD Taşımacılık A.Ş. tarafından 2018 yılından bu yana “Tam O ‘An’ Doğu Ekspresi” Ulusal Fotoğraf Yarışması düzenlenmekte ve bu sayede insanlar Doğu Ekspresi’nde seyahat etmeye, fotoğraflar çekmeye ve paylaşmaya özendirilmektedir.



**Resim 2.** Doğu Ekspresi Fotoğraf Yarışması

Kaynak: TCDD, 2019.

Doğu Ekspresi’yle ilgili literatür incelendiğinde, sıklıkla sosyal medya etkileşimine yönelik çalışmaların varlığı görülmektedir. Doğan ve arkadaşları (2018), turistlerin karar alma sürecinde sosyal medyanın etkisini Doğu Ekspresi’yle seyahat edenler üzerinden incelemişlerdir. Araştırmanın sonuçları sosyal medyanın, Doğu Ekspresi’yle seyahat edenlerin seyahat kararlarını etkilediğini göstermiştir. Eryılmaz ve Yüçetürk (2018), turistlerin Doğu Ekspresi’ni tercih etme nedenleri arasında Instagram’ın rolünü belirlemek amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiş ve araştırmanın sonuçlarına göre; katılımcıların Doğu Ekspresi’ni tercih etmelerinde Instagram’ın önemli bir rolü olduğu görülmüştür. Çakmak ve Altaş (2018), Youtube’da en çok izlenen üç video üzerinden söylem analizi metoduyla Doğu Ekspresi’yle ilgili incelemelerde bulunmuşlardır. Soylu ve arkadaşları (2019), Doğu Ekspresi’ni deneyim inovasyonu olarak kuramsal bir çalışmada ele almışlardır. Ceylan ve arkadaşları (2018) tarafından yapılan, Doğu Ekspresi’nde turistik amaçlı seyahat edenlerin gastronomik unsurları ne derece önemsediklerini belirlemeye yönelik araştırmada; Doğu Ekspresi seyahatinde gastronomik unsurların etkisinin çok az olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Araştırmanın Amacı ve Hipotezler

Bu çalışma, Doğu Ekspresi seyahatine katılan turistlerin nostalji eğilimlerini ve Doğu Ekspresi reklamlarıyla uyarılmış nostalji algılarını belirlemek amacıyla yapılmaktadır. Ayrıca sonraki çalışmalara öneri sunabilmek adına ankete romantizm algılarına ilişkin maddeler eklenmiştir. Bu bağlamda Doğu Ekspresi üzerinden nostalji eğilimlerinin romantizm algılarıyla olan ilişkisi de açıklanmaya çalışılacaktır. Araştırmanın hipotezleri aşağıda belirtilmektedir:

H1: Katılımcıların Doğu Ekspresi seyahatine katılmalarıyla aile, akrabalık ilişkileri ya da yaşanmışlıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Katılımcıların nostalji eğilimlerinin, Doğu Ekspresi yoluyla uyarılmış nostalji algıları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H3: Katılımcıların nostalji eğilimlerinin Doğu Ekspresi'ne ilişkin romantizm algıları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

## 2.2. Veri Toplama ve Analiz Süreci

Araştırmanın evrenini, Doğu Ekspresi'nde bu zamana kadar seyahat etmiş tüm kişiler oluşturmaktadır. Örneklem, olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden, kolayda örnekleme ile oluşturulmuştur. Kolayda örnekleme; örnekleme seçilecek bireylerin evreni temsil edebilecek ve ulaşılabilir olanlarının dahil edildiği örnekleme yöntemidir (Gegez, 2005: 249).

Doğu Ekspresi, yapısı gereği hem turistik seyahat amaçlı hem de sadece ulaşım sağlamak için kullanılan bir trendir. Anadolu Ajansı'nın açıkladığı verilere göre; Aralık 2017 ve Şubat 2019 arasında 536 bin 19 kişi Doğu Ekspresi seyahatine katılmıştır (Anadolu Ajansı, 2019). Ancak tarifeli sefere başladığı günden günümüze kadar seyahat etmiş kişilerin sayısı ve bu kişilerin kaçının turistik amaçla kaçının ise sadece ulaşım amacıyla seyahat ettiği bilgisine kesin olarak ulaşılamamaktadır. Araştırmada, Doğu Ekspresi her iki yolcu grubuna da hizmet veren bir tren olması açısından tüm veriler değerlendirilmiş ve elde edilemeyen net yolcu sayıları araştırmanın kısıtını oluşturmuştur. Doğu Ekspresi'nde seyahat eden iki yolcu grubunun verilen değişkenlere olan tutumlarının birbirinden farklı olabileceği araştırmanın sayıltıları arasındadır.

Araştırmada, anket tekniği kullanılarak Haziran 2019-Aralık 2019 tarihleri arasında veri toplanmıştır. Veri toplamada kullanılan anket formunun demografik bilgilere ilişkin kısmında; kişilerin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, gelir durumu ve hangi seyahat amacıyla Doğu Ekspresi'nde seyahat ettikleri ve Doğu Ekspresi'nde seyahat etmeyi hangi kanaldan duyarak gerçekleştirdiklerine yönelik ifadeler bulunmaktadır. Kişilerin nostalji eğilimini ölçmek için Barrett vd.. (2010) tarafından geliştirilen ve 7 ifade içeren Southampton Nostalji Ölçeği kullanılmıştır. Kişilerin Doğu Ekspresi'ne katılımlarını etkileyen kanalların etkinliğini ölçmek amacıyla, Pascal ve diğerlerinin (2002) geliştirdikleri "Reklam Yoluyla Uyarılmış Nostalji" ölçeğinden yararlanılmıştır. Turistleri Doğu Ekspresi'nde seyahat etmeye yönlendiren sebepler arasında; romantizmin varlığını araştırabilmek adına, ankete romantizmle ilgili 3 ifade eklenmiştir. Katılımcıların ifadelerine verecekleri yanıtlar için 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Hazırlanan anket formu internet ortamına aktarılarak; Doğu Ekspresi turu düzenleyen seyahat acentaları ve Doğu Ekspresi paylaşımları için kurulan sosyal medya platformları aracılığıyla ulaşılan Doğu Ekspresi seyahatine katılmış kişilere uygulanmıştır. Yanıt alınan 403 anket formundan 387 tane geçerli anket formu elde edilmiştir. Elde edilen örneklem sayısı % 95 güvenilirlik düzeyini sağlamaktadır. Veriler SPSS istatistik programı yardımıyla analiz edilerek yorumlanmıştır.

## 3. BULGULAR

Araştırmaya katılan 387 katılımcıya ait demografik özellikler Tablo 2'de gösterilmektedir.

**Tablo 2.** Demografik Değişkenlere Ait Frekans Analizleri

Değişkenler		Frekans	%
Cinsiyet	Kadın	227	58,7
	Erkek	160	41,3
Yaş	18-29	214	55,3
	30-39	108	27,9
	40-49	31	8,0
	50-59	28	7,2
	60 ve üzeri	6	1,6
Medeni Durum	Bekar	279	72,1

	Evli	108	27,9
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	3	,8
	Lise	41	10,6
	Önlisans	50	12,9
	Lisans	212	54,8
	Yüksek lisans	70	18,1
	Doktora	11	2,8
Aylık Gelir	1500'den az	77	19,9
	1501-2500 arası	44	11,4
	2501-3500 arası	72	18,6
	3501-4500 arası	54	14,0
	4500 ve üzeri	140	36,2
Doğu Ekspresi seyahatini hangi amaçla gerçekleştirdiniz?	Turistik seyahat	365	94,3
	Şehirlerarası ulaşım	22	5,7
Doğu Ekspresi güzergahında aile, akrabalık ilişkileri ya da daha önce yaşanmışlıklarınız var mı?	Hayır	103	26,6
	Evet	284	73,4
Doğu Ekspresi'ni hangi iletişim kanalından duyduğunuzda seyahat deneyimi isteğiniz oluştu?	Sosyal medya	260	67,2
	Seyahat acentası	13	3,4
	Radio-TV	6	1,6
	Web sitesi-internet	30	7,8
	Eş-dost tavsiyesi	57	14,7
	Diğer	21	5,4

Katılımcıların % 58'i kadın, % 41,3'ü erkektir. Katılımcıların yaş dağılımları incelendiğinde % 55,3'ü 18-29, % 27,9'u 30-39, % 8'i 40-49, % 7,2'si 50-59, % 1,6'sı 60 yaş ve üzeri olduğu görülmektedir. Bu frekans dağılımı, Doğu Ekspresi'nin daha çok gençler tarafından tercih edildiğini göstermektedir. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde; % 72,1'i bekâr, % 27,9'u evli olduğu görülmektedir. Eğitim değişkenine ait bulgular katılımcıların; % 0,8'inin ilköğretim, % 10,6'sının lise, % 12,9'unun önlisans, %54,8'inin lisans, % 18,1'inin yüksek lisans, % 2,8'inin doktora mezunu olduğunu göstermektedir.

Araştırmadan elde edilen veriler, eğitim seviyesi lisans ve üzeri olan kişilerin Doğu Ekspresi seyahatine katılım oranlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Aylık gelir değişkeni incelendiğinde; katılımcıların % 19,9'u 1500 TL ve altı, % 11,4'ü 1501-2500 TL arası, % 18,6'sı 2501-3500 TL arası, % 14'ü 3501-4500 TL arası, % 36,2'si 4500 TL ve üzeri gelire sahiptir. Doğu Ekspresi; pahalı olmayan bir tren seyahatidir ve bu nedenle her gelir seviyesinden insanın rahatlıkla katılım gösterebileceği bir seyahat türüdür. Ancak Tablo 2' de görülen 4500 TL ve üzeri aylık gelire sahip katılımcıların yoğunluğu dikkat çekici bir durumdur.

Katılımcıların; % 67,2'si sosyal medya, % 14,7'si eş-dost tavsiyesi, % 7,8'i web sitesi-internet, % 3,4'ü seyahat acentesi, % 1,6'sı radyo-TV, % 5,4'ü ise, diğer iletişim kanallarından edindikleri bilgiler neticesinde Doğu Ekspresi'yle seyahat etme isteklerinin oluştuğunu belirtmektedir. Bu değerler sosyal medyanın, katılımcıları Doğu Ekspresi seyahati için teşvik edici bir iletişim kanalı olduğunu göstermektedir. Ayrıca eş-dost tavsiyesi yoluyla seyahat deneyimlerinin aktarıldığı da diğer bir göstergedir.

Katılımcıların % 94,3'ü Doğu Ekspresi'ni turistik seyahat, % 5,7'si sadece şehirlerarası ulaşım amacıyla kullandıklarını belirtmektedir. Katılımcıların % 73,4'ü Doğu Ekspresi ile ilgili aile, akraba ilişkileri ve geçmiş yaşanmışlıklarının var olduğunu; % 26,6'sı ise olmadığını belirtmiştir. Katılımcıların Doğu Ekspresi güzergahında aile, akrabalık ilişkileri ya da daha önce yaşanmışlıklarının olup olmadığına ilişkin ifadeye verdikleri yanıtlar araştırmamız açısından önem

taşımaktadır. Katılımcıların Doğu Ekspresi seyahatine katılımları ile Doğu Ekspresi güzergahında aile, akrabalık ilişkileri ya da daha önce yaşanmışlıklarının var olup olmadığı arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla çapraz tablolar analizinden yararlanılmış ve bulgular Tablo 3'te gösterilmiştir.

**H1:** Katılımcıların Doğu Ekspresi seyahatine katılmalarıyla aile, akrabalık ilişkileri ya da yaşanmışlıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Tablo 3.** Çapraz Tablolar Analizi

		Doğu Ekspresi güzergahında aile, akrabalık ilişkileri ya da daha önce yaşanmışlıklarınız var mı?		Total
		Hayır	Evet	
Doğu Ekspresi seyahatini hangi amaçla gerçekleştirdiniz?	Turistik seyahat	90	275	365
	Şehirler arası ulaşım	13	9	22
Total		103	284	387

Çapraz tabloda elde edilen bulgular neticesinde, H1 hipotezi desteklenmiştir. Elde edilen bulgular, Doğu Ekspresi ile nostalji arasındaki ilişkiyi literatür çerçevesinde açıklanabilir kılmaktadır.

Nostalji eğilimi, reklam yoluyla uyarılmış nostalji ve romantizm ifadelerine ilişkin ölçeklerin hangi faktörler altında toplandığını görmek amacıyla, her bir ölçek için ayrı ayrı faktör analizi yapılmıştır. Tablo 4.'te yapılan faktör analizi gösterilmektedir.

**Tablo 4.** Faktör Analizi

	Faktörler
<b>Nostalji Eğilimi</b>	<b>1</b>
Nostaljik hissetmeye yatkındır.	,917
Nostaljik hissetmek benim için anlamlıdır.	,915
Nostaljik deneyimleri hatırlamak benim için önemlidir.	,896
Nostalji olgusu benim için değerlidir.	,878
Sıklıkla nostalji yaşarım.	,793
Sıklıkla nostaljik deneyimlerimi hatırlarım.	,774
	<b>Faktörler</b>
<b>Reklam Yoluyla Uyarılmış Nostalji</b>	<b>1</b>
Doğu Ekspresi, geçmişteki güzel zamanlara ait hatıraları yeniden canlandırıyor.	,896
Doğu Ekspresi, bana geçmişteki güzel zamanları hatırlatıyor.	,883
Doğu Ekspresi, bana eski güzel günleri hatırlatıyor.	,881
Doğu Ekspresi, geçmişin hoş bir hatırlatıcısıdır.	,844
Doğu Ekspresi, geçmişteki hoş anıları hatırlamama yardımcı oluyor.	,831
Doğu Ekspresi, bana geçmişi hatırlatıyor.	,791
Doğu Ekspresi, geçmişteki bir anımı hatırlamamı sağlıyor	,785
Doğu Ekspresi, güzel hatıraları çağırıştırıyor.	,768
Doğu Ekspresi, nostaljik hissetmemi sağlıyor.	,749
Doğu Ekspresi, daha genç olduğum zamanları düşünmemi sağlıyor.	,665
	<b>Faktörler</b>
<b>Romantizm</b>	<b>1</b>
Doğu Ekspresi, romantik bir seyahattir.	,920
Doğu Ekspresi, romantik çağrışımlarda bulunan öğeleri barındırır.	,894
Doğu Ekspresi, seyahatine katılmamda romantizm yaşama isteğim etkilidir.	,834



Tablo 4.'te belirtildiği üzere, ölçeklerin her biri ayrı ayrı tek faktör altında toplanmıştır. Ancak nostalji eğilimi ölçeğinin faktör analizi sonucunda; orijinal ölçekte yer alan bir ifadenin, ölçeğin faktör yükünü bozduğu tespit edilmiş ve bu nedenle faktör yükünü bozan ifade ölçekten çıkarılmıştır. Diğer maddelerin ölçek içerisinde homojen dağılım gösterdiği ve faktör yüklerinin alt kabul noktası olarak genel kabul gören 0,50'nin üzerinde olduğu görülmektedir.

Anketin güvenilirlik analizi Tablo 5.'te gösterilmektedir. Güvenilirlik analizinde Cronbach's Alpha katsayısının 0,70 ve üstü olması durumunda, ölçek güvenilir kabul edilmektedir (Gegez, 2005: 212).

**Tablo 5. Güvenilirlik Analizi**

ÖLÇEK ADI	CRONBACH'S ALPHA	DEĞİŞKEN SAYISI
Anket (Genel)	,940	19
Nostalji Eğilimi	,927	6
Reklam Yoluyla Uyarılmış Nostalji	,940	10
Romantizm	,850	3

Güvenilirlik analizinden elde edilen Cronbach's Alpha katsayılarının; nostalji eğilimi ölçeği için 0,94, reklam yoluyla uyarılmış nostalji ölçeği için 0,92, romantizme ilişkin ifadeler için 0,85 ve anketin geneli için 0,94 olduğu görülmektedir. Elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, ölçeğin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılan korelasyon analizleri Tablo 6.'da verilmektedir.

**Tablo 6. Korelasyon Analizi**

	Nostalji Eğilimi	Reklam Yoluyla Uyarılmış Nostalji	Romantizm
Nostalji Eğilimi	1	,602**	,383**
Reklam Yoluyla Uyarılmış Nostalji	,602**	1	,399**
Romantizm	,383**	,399**	1

Korelasyon analizinden elde edilen bulgular, araştırmanın değişkenleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin var olduğu göstermektedir. Nostalji eğilimi ve reklam yoluyla uyarılmış nostalji arasında anlamlı ve güçlü bir ilişkinin olduğu ( $r=0,602$ ), nostalji eğilimi ve romantizm maddeleri arasında zayıf ama anlamlı bir ilişki olduğu ( $r=0,383$ ), reklam yoluyla uyarılmış nostalji ve romantizm maddeleri arasında zayıf ama anlamlı bir ilişki olduğu ( $r=0,399$ ) görülmektedir. Nostalji eğiliminin, reklam yoluyla uyarılmış nostalji ve romantizm maddelerine olan etkisini incelemek amacıyla yapılan regresyon analizleri; Tablo 7 ve Tablo 8.'de gösterilmektedir.

**H2:** Katılımcıların nostalji eğilimlerinin Doğu Ekspresi yoluyla uyarılmış nostalji algıları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

**Tablo 7. Regresyon Analizi**

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standart Katsayılar	T	P (Sig).
	B	Standart Sapma	Beta		
(Sabit)	,857	,192		4,455	,000
Nostalji Eğilimi	,688	,047	,602	14,785	,000

Bağımlı değişken: Reklam yoluyla uyarılmış nostalji,  $R^2 = 0,362$ ; S.H.=,674; F=218,5; \*\*P< 0,001 \*

Regresyon analizinden elde edilen sonuçlar incelendiğinde; nostalji eğiliminin, reklam yoluyla uyarılmış nostaljinin bütün değişkenleri içerisinde % 36,2'lik kısmını açıklayabilmektedir. Nostalji eğiliminin, reklam yoluyla uyarılmış nostalji üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu bulgular sonucunda H2 hipotezi desteklenmiştir.

**H3:** Katılımcıların nostalji eğilimlerinin Doğu Ekspresi'nde romantizm algıları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

**Tablo 8.** Regresyon Analizi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standart Katsayılar	T	P (Sig).
	B	Standart Sapma	Beta		
(Sabit)	1,488	,256		5,810	,000
Nostalji Eğilimi	,503	,062	,383	8,123	,000

Bağımlı değişken: Romantizm,  $R^2 = 0,146$ ; S.H.=,897; F=65,99; \*\*P< 0,001 \*

Nostalji eğilimi, romantizm maddelerinin bütün değişkenleri içerisinde % 14,6'lık kısmını açıklayabilmektedir. Nostalji eğiliminin, Doğu Ekspresi romantizm algısı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Araştırmanın hipotezlerinden biri olan H3 hipotezi desteklenmiştir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda hızla gelişmekte olan iletişim teknolojileri, insanların birbirleriyle olan etkileşimlerini de arttırmaktadır. Geçmişte aile sohbetlerinde ve eş dost ziyaretlerinde anlatılan deneyimler, günümüz iletişim teknolojileri sayesinde yerini; deneyimin yaşandığı anda yapılan paylaşımlara ve etkileşimlere bırakmaktadır. Ancak anlık olarak gerçekleşen bu paylaşımlar ve etkileşimler bile bir zaman sonra nostaljik birer anıya dönüşmektedir.

Nostalji, son yıllarda turizm de dahil birçok farklı disiplininin araştırma konuları arasında yer almaktadır. Nostaljik turizm, yaşanmışlıkları yeniden yaşama isteğine dayanan, zihinde tekrar canlandırılan ve bireylerin kendisinin veya aktaranların anılarına dayanan bir turizm deneyimi olarak ifade edilebilir. Aile büyüklerinin ya da çevresindekilerin seyahatlerden edindiği deneyimlerin çeşitli iletişim yöntemleriyle kişiye aktarılması, aktarılan kişide; anlatılan deneyimleri ve anıları yaşama isteği uyandırarak seyahat motivasyonu oluşturabilmektedir. Kısacası farklı kuşaklardaki bireylerin sahip olduğu unutulmaz deneyimler, kendilerinin ve çevresindeki kişilerin seyahat tutumlarını da etkileyebilmektedir.

Araştırma bulguları değerlendirildiğinde, Doğu Ekspresi seyahatine gençlerin katılımının daha yoğun olduğu görülmektedir. Gençlerin, yoğun ilgisinin sebepleri arasında, araştırmanın kavramsal çerçeve bölümünde sözü edilen “Nostaljik turizm” deneyimi yaşama isteğinde oldukları söylenebilmektedir. Nostaljik turist grubu; genellikle kültürel deneyimleri tüketerek, atalarından kalma kimliğini yerine getirme arzusuyla hareket etmektedir. Bu yönüyle Doğu Ekspresi'nin gençlik turizmi açısından değerlendirilerek, kuşaklar arası kültürel ve tarihi aktarımın sağlandığı önemli bir seyahat olabileceği düşünülmektedir.

Doğu Ekspresi, birçok iletişim kanalından bilgilendirilmeleri yapılan bir tren yolculuğu olsa da Doğu Ekspresi'yle seyahat etme isteğini uyaran en önemli iletişim unsurunun sosyal medya olduğu araştırmamızın bulguları arasındadır. Sosyal medyanın görsel ve işitsel imkanlarının, Doğu Ekspresi ambiyansını daha iyi yansıtabildiği ve etkileşimlerde kullanılan nostaljik öğelerin de bu duruma etki ettiği düşünülmektedir.

Doğu Ekspresi seyahatine katılanların nostaljik eğilimlerinin yoğun olduğu belirlenmiştir. Doğu Ekspresi seyahatine özellikle turistik amaçla katılım gösterenlerin sayısının oldukça fazla olduğu, hatta katılımcıların yaklaşık % 95'ini oluşturduğu görülmektedir. Turistik seyahat amacıyla katılan kişilerin; Doğu Ekspresi güzergahında aile, akrabalık ilişkileri ya da yaşanmışlıklarının varlığı, Doğu Ekspresi'ne olan talepte nostalji eğiliminin büyük bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda nostalji eğiliminin Doğu Ekspresi üzerinden uyarıldığı ve seyahat talebine dönüştüğü söylenebilmektedir.

Araştırmanın bulgularına göre, Doğu Ekspresi'nin nostaljik öğelerin yanısıra romantik öğeler de barındırdığı söylenebilmektedir. Katılımcıların Doğu Ekspresi'nin uyandırdığı romantizm algılarına ilişkin ifadelerle verdikleri yanıtlar değerlendirildiğinde, Doğu Ekspresi'ni romantik bir seyahat olarak algıladıkları görülmektedir. Ayrıca katılımcıların nostalji eğilimlerinin romantizm algılarını da etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak katılımcıların Doğu Ekspresi'yle seyahat etmelerinin temel sebepleri arasında romantizm yaşama isteği bulunmamaktadır.

Doğu Ekspresi, ulaşım aracı olarak kullanımının yanı sıra alternatif bir turizm hareketine dönüşmüştür. Doğu Ekspresi'nde yaşanan bu seyahat hareketliliklerinin Türkiye'de; Van Gölü Ekspresi ve Güney Kurtalan Ekspresi gibi diğer tarihi tren güzergahlarının tekrar canlanmasına ve hatta tarihte kullanılan ancak günümüzde kullanılmayan bazı tren güzergahlarının tekrar hayata geçirilmesine olanak sağlayacağı düşünülmektedir. Buna örnek olarak; TCDD tarafından seferleri 10 yıl önce durdurulan ve aradan geçen 10 yılın ardından 25 Ekim 2019 tarihinde tekrar seferlerine başlatılan İzmir-Isparta arası Göller Ekspresi ve Ankara-Zonguldak arası seferlerine tekrar başlanması planlanan Karaelmas Ekspresi gösterilebilir. Doğu Ekspresi sayesinde, güzergah üzerindeki turistik destinasyonların bu hareketlilikten etkilenebileceği ve yeni turizm potansiyellerinin keşfedilebileceği düşünülmektedir. Bu nedenle sonraki çalışmalara öneri olarak; Doğu Ekspresi ve diğer tren güzergâhlarının üzerinde bulunan destinasyonların turizm potansiyellerinin belirlenmesine ve tanıtılmasına yönelik yapılacak çalışmaların hem literatüre hem de sektörel gelişime katkı sağlayabileceği öngörülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Ali, F. (2015). Heritage tourist experience, nostalgia, and behavioural intentions, *Anatolia*, 26(3), 472-475.
- Alkan, A. (2018). Alternatif bir turizm rotası: Kurtalan Ekspresi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 1016-1038.
- Altuntuğ, N. (2011). Değerlere hitap eden pazarlamanın nostalji boyutu, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 265-273.
- Anadolu Ajansı (2019). <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/dogu-ekspresi-ile-iki-yilda-270-bin-811-yolcu-seyahat-etti/1468113#> adresinden 10 Şubat 2020 tarihinde erişilmiştir.
- Baker, S. M. and Kennedy, P. F. (1994). Death by nostalgia: A diagnosis of context-specific cases, *Advances in Consumer Research*, 21(1), 169-174.
- Barrett, F. S., Grimm, K. J., Robins, R. W., Wildschut, T., Sedikides, C., and Janata, P. (2010). Music-evoked nostalgia: affect, memory, and personality, *Emotion*, 10(3), 390-403.
- Ceylan, A. G. V., Ceylan, A. G. F., ve Yaman, Ö. Ü. M. (2018). 70 yıl sonra gelen değişim: doğu ekspresi yolculuğunun gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *1.Uluslararası Turizmde Yeni Jenerasyonlar ve Yeni Trendler Konferansı Bildiriler Kitabı* içinde (s.134-144).
- Chen, C.F. and Chen, F-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists, *Tourism Management*, 31, 29-35.
- Cook, R., Hsu, C. ve Marqua, J. (2016). *Konaklama ve seyahat işletmeciliği* (M. Tuna, Çev.) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Çakmak, V. ve Altaş, A. (2018). Sosyal medya etkileşiminde tren yolculukları: doğu ekspresi ile ilgili youtube paylaşım videolarının analizi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 390-408.
- Doğan, M., Pekiner, A. B., ve Karaca, E. (2018). Sosyal medyanın turizm ve turist tercihlerine etkisi: Kars-doğu ekspresi örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(3), 669-683.
- Doğu Ekspres (2019). [instagram.com/doguekspres](https://www.instagram.com/doguekspres) adresinden 19.11.2019 tarihinde erişilmiştir.
- Eryılmaz, B., ve Yücutürk, C. (2018). Genç turistlerin doğu ekspresi seferleri tercihlerinde Instagram'ın rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 210-228.
- Gegez, A. E. (2005). *Pazarlama araştırmaları*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ.
- Hofer, J. (1934). Medical dissertation on nostalgia (C. K. Anspach, Trans.), *Bulletin of the History of Medicine*, 2(6), 376 –391.
- Holak, S.L. ve Havlena, W.J. (1998). Feelings, fantasies, and memories: an examination of the emotional components of nostalgia. *Journal of Business Research*, 42(3), 217-226.
- Holbrook, M. (1993). Nostalgia and consumption preferences: some emerging patterns of consumer tastes. *Journal of Consumer Research*, 20(2), 245-256.
- Holbrook, M. B. ve Schindler, R. M. (1991). *Echoes of the dear departed past: some work in progress on nostalgia*. ACR North American Advances.
- Knutson, B. J., Beck, A. J., Kim, S. H. ve Cha, J. (2007). Identifying the dimensions of the experience construct. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 15(3): 31-47.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2019). *Genel turizm: ilkeler- kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019) <http://basin.kulturturizm.gov.tr/TR-235903/turistik-dogu-ekspresi-ile-hedef-tren-turizmi.html> adresinden 12 Şubat 2020 tarihinde erişilmiştir.
- Özdemir, M. (2012). Tren gelir, hoş gelir... kara trenin hikayesi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(1), 117-123.
- Pascal, V. J., Sprott, D. E., & Muehling, D. D. (2002). The influence of evoked nostalgia on consumer's responses to advertising: an exploratory study, *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 24(1), 39-47.

- Rapaille, C. (2010). *Kültür kodu*. İstanbul: FGP Yayıncılık.
- Russell, D. W. (2008). Nostalgic tourism, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 103-116.
- Soylu, A., Ceylan, S. ve Özdipçiner, N. S. (2019). Turizmde deneyim inovasyonu: doğu ekspresi örneği, 4. Uluslararası Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimlerde Yenilikçi Yaklaşımlar Sempozyumu Bildiriler Kitabı içinde (s. 231-235).
- Stern, B. B. (1992). Historical and personal nostalgia in advertising text: the fin de siecle effect, *Journal of Advertising*, 21(4), 11-22.
- TCDD (2018). [http://www.tcddtasimacilik.gov.tr/files/3/Strateji/Faaliyet\\_Raporlari/faaliyet\\_raporu\\_2017](http://www.tcddtasimacilik.gov.tr/files/3/Strateji/Faaliyet_Raporlari/faaliyet_raporu_2017) adresinden 10 Ekim 2019 tarihinde erişilmiştir.
- TCDD (2019). <http://www.tcddtasimacilik.gov.tr/tren/dogu-ekspresi/> adresinden 10 Ekim 2019 tarihinde erişilmiştir.
- TDK (2018). <https://sozluk.gov.tr> adresinden 28 Ekim 2019 tarihinde erişilmiştir.
- Triantafillidou, A. ve Siomkos, G. (2014). Consumption experience outcomes: satisfaction, nostalgia intensity, word-of-mouth communication and behavioural intentions, *Journal of Consumer Marketing*, 31(6/7), 52-540.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience, *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.

## **EXTENDED SUMMARY**

### **Purpose**

Nostalgia has been among the research topics of many different disciplines, including tourism, in recent years. Nostalgic tourism can be expressed as a tourism experience based on the desire to relive the experiences, revived in the mind and based on the memories of the individuals themselves or the transmitters. Transferring the experiences of family elders or those around them through various communication methods can create a travel motivation by making the person want to live the mentioned experiences and memories. In brief, the unforgettable experiences of individuals of different generations can affect the traveling attitudes of themselves and those around them.

With the impact of social media in recent years in Turkey, railway travels which extend from past to present, from the east to the west of the country and contain interesting landscapes and different cultural, natural and historical attractions on the routes it passes, constitute one of the alternative tourism movements. Eastern Express, which offers the opportunity to experience the nostalgic experience of traveling and often favoured by young tourists in Turkey is one of the most important railway routes (Alkan, 2018: 1018).

This study was conducted to determine the nostalgic tendencies of the tourists participating in the Eastern Express travel and the nostalgia perceptions evoked by the Eastern Express advertisements. In addition, items related to perceptions of romance were added to the questionnaire in order to make suggestions for future studies. In this context, it has been tried to explain the relationship between nostalgia tendencies and romance perceptions through the Eastern Express. The research hypotheses are as follows:

H1: There is a significant relationship between the participation of the participants on the Eastern Express trip and their family, kinship relations or experiences.

H2: The nostalgic tendencies of the participants have a significant effect on their perception of nostalgia evoked by the Eastern Express.

H3: The nostalgia tendencies of the participants have a significant effect on their romance perceptions about the Eastern Express.

### **Methodology**

The population of the study consists of all people who have traveled on the Eastern Express. The sampling was formed by convenience sampling, one of the non-probabilistic sampling methods.

In this research, data was collected between June 2019 and December 2019 using the questionnaire technique. In the demographic information part of the questionnaire form used in data collection; There are statements regarding the gender, age, marital status, educational status, income and purpose of travel and the channel that directs the trip. The Southampton Nostalgia Scale, which was developed by Barrett et al. (2010) and includes 7 expressions, was used to measure people's nostalgia tendencies. In order to measure the effectiveness of channels that affect people's participation in the Eastern Express, the "Ad-Evoked Nostalgia" scale developed by Pascal et al. (2002) was used. In order to investigate the existence of romance among the reasons that lead tourists to travel on the Eastern Express, 3 statements about romance were added to the questionnaire. A 5-point Likert scale was used for the responses of the participants to the statements. The final questionnaire was transferred to the web and applied to the participants of the Eastern Express trip, and 387 valid questionnaires were obtained. The sample size obtained provides a 95% confidence level. The data were analysed and interpreted with the help of SPSS statistics program.



## Findings

When the research findings are evaluated, it is seen that the participation of young people in the Eastern Express trip is more intense. It can be said that among the reasons for the intense interest of young people is the effect of the nostalgia classifications mentioned in the conceptual framework section of the research, in other words, they want to experience a kind of “Nostalgic tourism”. The nostalgic tourist group is often driven by a desire to fulfill their ancestral identity by consuming cultural experiences. In this respect, it is thought that the Eastern Express can be evaluated in terms of youth tourism and can be an important travel where intergenerational cultural and historical transmission can be provided.

Although the Eastern Express is a train journey, which is informed through many communication channels, it is among the findings of our research that social media is the most important communication element that stimulates the desire to travel with the Eastern Express. It is thought that the visual and auditory possibilities of social media can better reflect the Eastern Express ambiance and the nostalgic elements used in interactions also affect this situation.

It has been determined that those who participated in the Eastern Express trip have intense nostalgic tendencies. It is seen that the number of people participating in the Eastern Express travel especially for touristic purposes is quite high, and even it constitutes approximately 95% of the participants. The presence of family, kinship relations or experiences on the Eastern Express route of the people participating for the purpose of touristic travel shows that the nostalgic tendencies have a great share in the demand for the Eastern Express. In this context, it can be said that the tendency of nostalgia was evoked through the Eastern Express and turned into travel demand.

According to the findings of the research, it can be said that the Eastern Express includes romantic items as well as nostalgic ones. When the responses of the participants to the expressions about the romance perceptions evoked by the Eastern Express are evaluated, it is seen that they perceive the Eastern Express as a romantic travel. In addition, it was concluded that the nostalgic tendencies of the participants affected their perceptions of romance. However, among the main reasons why the participants travel with the Eastern Express, there is no desire to have romance.

In addition to its use as a means of transportation, the Eastern Express has turned into an alternative tourism movement. It is thought that these travel mobility in the Eastern Express will enable the revival of other historical train routes such as Lake Van Express and South Kurtalan Express in Turkey, and even some railway routes used in history but not used today. The Göller Express between Izmir and Isparta, which was suspended 10 years ago by TCDD and restarted on October 25, 2019 after 10 years, and the Karaelmas Express, which is planned to resume services between Ankara and Zonguldak, can be cited as examples. Thanks to the Eastern Express, it is thought that the touristic destinations on the route may be affected by this mobility and thus new tourism potentials can be discovered. Therefore, as a suggestion for future studies, it is anticipated that studies aimed at determining and promoting the tourism potential of the destinations on the Eastern Express and other railway routes can contribute to both the literature and sectoral development.